

Volume I No.1 Januari - Desember 2013 ISSN 2303-2618

STUDIA ECONOMICA

Jurnal Ekonomi Islam

Qardh dalam Perspektif Alquran

Performance Analysis of The Effectiveness of Bri Unit Program on Microenterprise in Medan City, Indonesia

Menggagas Analisis IS-LM Islami (Perspektif Ekonomi Makro Islami)

Kontrak Sosial: Jaminan Kesetiakawanan Sosial Melalui Lembaga Zakat, Wakaf, Infaq dan Shadaqah

Network Marketing Syariah Di Indonesia: Studi Terhadap Fatwa Dsn-Mui No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Pengaruh Kompetensi Anggota Dprk dan Aparatur Pemerintah Daerah Terhadap Pelaksanaan Sistem Informasi Akuntansi

Menggagas Bank Dana Haji Indonesia (BDHI); Model Pengelolaan Dana Haji Berbasis Perbankan, dan Optimalisasi Bagi Perekonomian Nasional

Sumber Daya Insani Berkarakter Islam

Diterbitkan oleh
Program Studi Ekonomi Islam - Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan

STUDIA ECONOMICA

Jurnal Ekonomi Islam

Pimpinan Umum

Saidurrahman

Ketua Penyunting

Azhari Akmal Taringan

Wakil Ketua

Isnaini Harahap

Penyunting Pelaksana

Ahmad Syakir

Yusrizal

Hotbin Hasugian

Penyunting Ahli

M. Yasir Nasution	(IAIN Sumatera Utara)
Amiur Nuruddin	(IAIN Sumatera Utara)
Rita F. Dalimunthe	(Univ. Sumatera Utara)
Mujahidin	(UIN Pekan Baru)
Euis Amalia	(UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
Mustafa Edwin Nasution	(Universitas Indonesia)
Hendry Tanjung	(Univ. Ibn Khaldun Bogor)
Misnen Ardiansyah	(UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta)

Tata Usaha

Safarudin

Alamat Tata Usaha

Jalan Williem Iskandar pasar V Medan Estate Sumatera Utara

Telp. (061) 6622925, Fax. (061) 6615683

Email: asy4k1r@gmail.com

DAFTAR ISI

Qardh dalam Perspektif Alquran Saparuddin	[1-16]
Performance Analysis of The Effectiveness of BRI Unit Program on Microenterprise in Medan City, Indonesia Weni Hawariyuni, dlkk	[17-38]
Menggagas Analisis IS-LM Islami (Perspektif Ekonomi Makro Islami) Darwis Harahap	[39-55]
Kontrak Sosial: Jaminan Kesetiakawanan Sosial Melalui Lembaga Zakat, Wakaf, Infaq dan Shadaqah Zuhrinal M. Nawawi	[56-71]
<i>Network Marketing</i> Syariah Di Indonesia: Studi Terhadap Fatwa DSN-MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) M. Ridwan	[72-88]
Pengaruh Kompetensi Anggota DPRK dan Aparatur Pemerintah Daerah Terhadap Pelaksanaan Sistem Informasi Akuntansi Faisal	[89-101]
Menggagas Bank Dana Haji Indonesia (BDHI); Model Pengelolaan Dana Haji Berdasarkan Perbankan, dan Optimalisasi Bagi Perekonomian Nasional Rita Handayani & Salman Nst	[102-119]
Sumber Daya Insani Berkarakter Islam Zainarti	[120-140]

NETWORK MARKETING SYARIAH DI INDONESIA: STUDI TERHADAP FATWA DSN-MUI NO 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)

M. Ridwan¹

ABSTRACTS

Network Marketing is a marketing system that has developed very rapidly in the world. This system is recognized in many countries including Indonesia. The system is then subjected to an adjustment to the development of Islamic economics. In Indonesia, a fatwa accommodates this system is Fatwa of DSN-MUI No 75 of 2009. Based on this fatwa, the network marketing system clearly is distinguished from the deviant network marketing s such as pyramid, binary and money games system. This paper rejected the argument stating that network marketing is prohibited in Islam.

Keyword: Network Marketing, Multi Level Marketing, Piramid, Binary, Upline, Downline, PLBS, Fatwa, Wakalah, Samsarah, Ighra', Gharar.

A. Pendahuluan

Kajian ekonomi Islam mencakup banyak bidang. Bidang yang paling dominan adalah terkait dengan keuangan terutama perbankan. Implementasi prinsip syariah ke dalam aspek keuangan telah menghiasi banyak literatur kontemporer dan telah diajarkan di berbagai tingkat pendidikan.

Banyaknya kajian tentang lembaga keuangan Islam pada dasarnya harus terus diiringi dengan implementasi prinsip syariah di dalam aspek ekonomi lainnya. Pengembangan ekonomi Islam dalam sektor riil misalnya, harus bisa dikenalkan dengan baik sehingga bisa menjadi pilihan bisnis yang tidak kalah produktif dengan bidang lainnya.

Salah satu kajian ekonomi syariah yang menarik untuk dicermati adalah mengenai sistem Penjualan Langsung Berjenjang dengan prinsip syariah atau sering disebut dengan

¹ Dosen Ekonomi Islam IAIN SU Medan email: mridwanku@gmail.com Hp. 0813-75239220

*network marketing*² Syariah. Bisnis dengan metode ini tidak hanya bisa menjadi salah objek kajian akademis dalam bidang ekonomi syariah namun juga bisa menjadi salah satu alternatif bagi pengembangan aspek kewirausahaan di kalangan masyarakat yang memperdulikan prinsip syariah dalam aktifitas bisnisnya.

Metode *network marketing* dengan prinsip syariah perlu diperkenalkan secara lebih gencar mengingat banyaknya distributor yang telah bergabung ke dalam bisnis *network marketing* (konvensional). Diharapkan apabila bisnis ini dijalankan dengan prinsip syariah akan memberikan nilai lebih dan menambah kepastian bahwa sistem ini layak dikembangkan baik bagi para distributor maupun perusahaan yang ingin berkecimpung dalam bidang ini. Pada sisi lain, perkembangan ekonomi syariah di Indonesia tentu akan semakin beragam dan memberikan banyak pilihan bagi masyarakat.

Tulisan ini akan menyajikan perspektif hukum Islam yang terkandung dalam fatwa DSN-MUI No 75 tahun 2009 dan dikuatkan oleh No 83 tahun 2012. Pemahaman yang utuh mengenai bisnis ini akan memberikan kontribusi yang positif bagi para distributor *network marketing* yang selama ini mengharapkan adanya tuntunan yang jelas mengenai keberadaan bisnis ini dalam perspektif Islam. Selain itu, tulisan ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan *network marketing* yang ingin men-syariah-kan perusahaannya sehingga bisa diterima oleh masyarakat. Tulisan ini juga menolak pendapat yang menyatakan bahwa sistem *network marketing* tidak sesuai dengan Islam dan harus dihindarkan.³

B. Pengertian

Network marketing atau *Multi Level Marketing* (المستوى المتعدد) atau Penjualan Langsung Berjenjang adalah merupakan salah metode pemasaran bisnis yang dikembangkan di Amerika pada tahun 1939.⁴ Bisnis ini menarik perhatian banyak pihak dan mengalami

² Penyebutan yang populer di masyarakat adalah MLM (Multi Level Marketing) yang kemudian dialihbahasakan ke Indonesia menjadi Penjualan Langsung Berjenjang (PLB). Tulisan ini menggunakan istilah *Network marketing* (NM) dan bukan *Multi Level Marketing* (MLM). Kendati ada yang membedakan kedua istilah ini dengan menyatakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah sistem menekankan pada penjualan (*selling*) sedangkan *Network marketing* (NM) menekankan pada membangun *customer base* (basis pelanggan), namun penulis melihat bahwa perusahaan MLM pada dasarnya juga bertujuan membangun basis pelanggan dan sebaliknya, perusahaan *Network marketing* pada dasarnya juga melakukan penjualan (*selling*) sehingga kedua sistem ini sebenarnya bisa diintegrasikan. Penggunaan istilah *Network marketing* (NM) dalam tulisan ini hanya untuk menghindari kerancuan pemahaman yang sering mengidentikkan MLM dengan sistem piramid, binary atau *money game*.

³ *Network marketing* sering menjadi korban salah persepsi dan reputasi jelek. Sayangnya, kendati resmi (legal), namun ada juga perusahaan *network marketing* yang belum maksimal menjaga kualitas dan performa perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan *network marketing* harus berupaya keras menunjukkan kualitas produk yang mereka miliki, dan ode etik yang tegas terhadap para distributor yang menjalankannya. Andrew Griffiths dan Wayne Toms, *101 Ways To Build A Succesfull Network marketing Business* (Crows Nest: Allen dan Unwin, 2008), 9.

⁴ Pertama-tama istilah yang digunakan adalah *direct selling* yang lebih dulu muncul dibanding

peningkatan dari tahun ke tahun. Setiap tahun lebih dari 550.000 orang distributor mendaftar di perusahaan dengan metode ini.⁵ Network marketing merupakan industri yang pertumbuhan sangat pesat di dunia. Sistem ini dipraktikkan di semua negara bagian Amerika Serikat dan seluruh dunia. Jutaan distributor mandiri telah menghasilkan sekitar 80 milyar dollar pertahun.⁶

Secara umum, *network marketing* adalah suatu cara menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya. Pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjual total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.⁷ Dalam praktiknya, perusahaan memangkas ongkos promosi yang biasanya dikeluarkan oleh perusahaan konvensional dan memberikannya kepada para distributornya yang telah memainkan peran sebagai tenaga marketing.

Konsep *network marketing* pada dasarnya dipraktikkan secara tidak sadar oleh sebagian masyarakat seperti ketika seorang membeli makan yang cukup enak di sebuah restoran. Ia kemudian merekomendasikan makanan tersebut kepada temannya dengan penuh antusias dan semangat. Dengan adanya testimoni dan rekomendasi tersebut maka teman orang itu kemudian membeli makanan yang sama di restoran tersebut.⁸

MLM. Istilah *direct selling* merujuk pada aktifitas penjualan barang-barang atau produk langsung kepada konsumen, dimana aktifitas penjualan tersebut dilakukan oleh seorang penjual langsung (*direct seller*) dengan disertai penjelasan, presentasi atau demo produk. Praktek-praktek *direct selling* sesungguhnya sudah berlangsung sejak zaman dahulu kala. Esensinya adalah adanya tenaga penjual independen yang menjualkan produk atau barang dari produsen tertentu kepada konsumen. Dalam sejarah industri ini, *direct selling* dalam bentuknya yang sekarang (dianggap) pertama kali muncul dengan beroperasinya The California Perfume Company di New York tahun 1886 yang didirikan oleh Dave McConnel. McConnell inilah yang memiliki ide mempekerjakan Mrs. Albee sebagai California Perfume Lady yang pertama dengan cara menjual langsung kepada konsumen dari rumah ke rumah. Perusahaan ini kemudian berganti nama menjadi Avon pada tahun 1939, sementara Mrs. Albee sendiri dianggap sebagai pioneer metode penjualan *direct selling*. Dalam perkembangan berikutnya, muncul perusahaan Nutrilite tahun 1934 di California dengan metode penjualan baru, yaitu memberi komisi tambahan pada distributor independen yang berhasil merekrut, melatih, dan membantu anggota baru itu untuk ikut menjual produk. Metode baru ini memungkinkan seorang distributor terus merekrut anggota baru dengan kedalaman dan keluasan yang tidak terbatas. Berikutnya tahun 1956 berdiri Shaklee dan tahun 1959 berdiri Amway dengan metode penjualan yang sama, yang kemudian lebih dikenal dengan metode penjualan *Multi Level Marketing* (MLM). Saat ini istilah lain yang dikenal adalah *Network marketing*. Lihat, http://apli.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=54:apa-beda-direct-selling-dengan-mlm&catid=3:berita diakses tanggal 17 Oktober 2013.

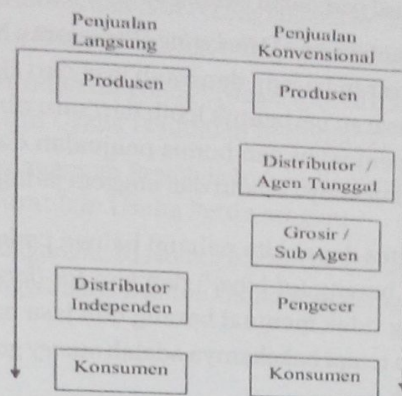
⁵ Andrias Harefa, *Multi-Level Marketing: Alternatif Karir dan Usaha Menyongsong Milinium Ketiga* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), 23.

⁶ Randy Gage, *How to Build A Multi Level Money Machine* (S. Eisenhower: Prime Concept Groups, t.t), 9.

⁷ Peter J. Clothier, *Meraup Uang dengan MLM: Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang Sukses*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), Cet, IV, 33.

⁸ Joe Rubino, *The 7 Step Success System to Building A \$1000000 Network marketing Dynasty* (New Jersey: John Wiley and Sons Inc, 2005), 11.

Gambar 1. Perbedaan Jalur Distribusi Penjualan *Network Marketing* dan Penjualan Konvensional



Sumber: Buku *The Secret of MLM* (2010)

Secara umum, perusahaan yang menggunakan metode *network marketing* pada dasarnya bertujuan memasarkan produk namun dilakukan oleh para distributornya (anggotanya) yang biasanya dilakukan dalam kuantitas penjualan yang terbatas saja. Biaya yang digunakan untuk promosi seperti iklan baik cetak dan media digital diberikan kepada para distributor dalam bentuk bonus. Ini tentu berbeda dengan sistem pemasaran konvensional yang lebih menekankan banyaknya penjualan barang dari seorang distributor dan mengandalkan iklan dan promosi yang gencar di media.⁹

Sering terjadi kesalah pahaman antara *network marketing*/ MLM dengan *direct selling* atau penjualan langsung. Banyak kalangan menganggap bahwa setiap MLM adalah *direct selling* dan setiap *direct selling* adalah MLM. Pendapat ini harus diluruskan.¹⁰

Pada umumnya MLM merupakan perusahaan *direct selling* namun tidak setiap perusahaan yg melakukan penjualan produknya dengan system *direct selling* adalah termasuk pelaku MLM, karena dalam system *direct selling* ada dua system yaitu:

1. Dalam situsnya, APLI menjelaskan bahwa yg termasuk Direct Selling adalah Single Level Marketing (Pemasaran Satu Tingkat), maksudnya adalah: Metode pemasaran

⁹ Ada beberapa daya tarik MLM yang membuat orang memasuki bisnis *network marketing* yaitu: 1. Menciptakan karir bagi diri sendiri. 2. Menawarkan kebebasan dalam bekerja baik dalam waktu, tempat serta mitra bisnis, dan bebas menentukan penghasilan sendiri. 3. Minim risiko finansial yang harus dipikul jika mengalami kegagalan. 4. Adanya pendidikan dan pelatihan yang ditawarkan untuk pengembangan SDM. Seperti pelatihan kepribadian, kemampuan bisnis, pelatihan produk dan rencana pengembangan usaha, kepemimpinan, TOT, (*training of trainer*), dan lain-lain. 5. Watak sosial dari bisnis ini yang mengutamakan sikap menolong orang lain.

¹⁰ http://www.k-link.co.id/show_news.php?uid=15 diakses tanggal 17 Oktober 2013.

- barang dan/atau jasa dari sistem Penjualan Langsung melalui program pemasaran berbentuk satu tingkat, dimana Mitra Usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri.
2. *Network marketing* atau *Multi Level Marketing* (Pemasaran Multi Tingkat), maksudnya adalah : Metode pemasaran barang dan/atau jasa dari sistem Penjualan Langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.

Dari pemaparan di atas dapat kita pahami bahwa pada hakikatnya MLM adalah sebuah system pemasaran barang (*al-buyu'*) dan jasa (*al-ijarah*), namun demikian ada beberapa perusahaan yang tidak menjual barang dan jasa namun mereka mengklaim sebagai industry MLM akan tetapi hakekatnya adalah *money game* yang mengikuti skema ponzi atau sistem piramida.

Bisnis *network marketing* mulai dikenal di Indonesia kurang lebih pada tahun 1986. Perkembangan *network marketing* di Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun yang ditandai dengan bertambahnya jumlah perusahaan dan masyarakat yang menjalankan bisnis ini. Sampai tahun 2013, Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) mencatat perusahaan bisnis *network marketing* berjumlah 87 buah perusahaan dengan lebih dari 10 juta penduduk Indonesia yang menjalankan bisnis ini.¹¹

Di Indonesia, lembaga yang mewadahi perusahaan *network marketing* adalah APLI (Asosiasi Penjualan Lansung Indonesia) yang pendiriannya disahkan pada tanggal 24 Juli 1984. Organisasi merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung (*Direct Selling/DS*), termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (*Multi Level Marketing/ Network Marketing*) di Indonesia.¹² Bagi perusahaan *Network Marketing* yang ingin mendaftar APLI diperbolehkan dengan ketentuan dan syarat-syarat yang ketat terutama syarat tidak menjalankan bisnis dengan skema piramid, *binary* atau *money game*.

¹¹ Lihat www.apli.or.id diakses tanggal 10 Oktober 2013. Lihat juga, Albert R Sembiring, *Siapa Bilang Bisnis MLM Merugikan?* (Jakarta: KISS Publishing, 2007), 13.

¹² Dalam Bahasa Inggris, APLI diterjemahkan menjadi IDSA, singkatan dari Indonesian Direct Selling Association. APLI telah menjadi Anggota Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN INDONESIA), dengan nomor anggota 20203.18688-6/04-09-1995 dan diakui oleh Pemerintah/Departemen Perdagangan. APLI, juga merupakan bagian dan satu-satunya Asosiasi Penjualan langsung di Indonesia yang telah diakui oleh Federasi Penjualan Langsung Internasional (World Federation of Direct Selling Assosiation/ WFDSA). Di setiap Negara WFDSA hanya menerima satu asosiasi DS/MLM sebagai anggota yaitu Asosiasi yang mendaftar pertama dan anggota-anggotanya memenuhi persyaratan kode etik yang ditentukan oleh WFDSA Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), merupakan organisasi independent, yang tidak berafiliasi dengan salah satu kegiatan politik praktis, selain kegiatan profesional dalam bidang mewujudkan Penjualan Langsung (*Direct Selling*), termasuk penjualan dengan system berjenjang (MLM) yang murni dan benar. Lihat, http://apli.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=126&Itemid=54 diakses tanggal 10 Oktober 2013.

Di Indonesia ada beberapa peraturan yang mengakomodir kegiatan sistem pemasaran dengan *network marketing* yaitu:

1. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang;
2. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 289/MPP/Kep/10/2001 BAB VIII Pasal 22 tentang Ijin Usaha Penjualan Berjenjang;
3. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;
4. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tanggal 21 Agustus 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.

Berbagai Model Bisnis yang Menyimpang dari Konsep *Network Marketing* Murni

Dalam pengembangan selanjutnya, konsep *network marketing* disalahgunakan dengan memunculkan berbagai sistem lain namun tetap tetap diklaim sebagai *network marketing*. Kondisi ini tentu tidak menguntungkan bagi perusahaan yang benar-benar menjalankan metode *network marketing* secara baik.

Ada beberapa sistem yang dianggap menyimpang dari konsep *Network Marketing* yaitu:

1. Sistem Piramida.

Berdasarkan sistem ini, upaya perekrutan anggota baru menjadi sebuah keharusan karena dari perekrutan itulah diperoleh keuntungan langsung. Misalnya, seorang distributor baru diharuskan membayar sebanyak 3 juta sebagai biaya pendaftaran. Dari nilai tersebut diambil sebanyak 1,5 juta yang diberikan kepada orang yang merekrut langsung. Dengan demikian, yang ditekankan dalam sistem ini hanyalah uang pendaftaran langsung dari anggota baru. Sistem ini hanya akan memberikan keuntungan bagi para *member* yang terlebih dahulu mendaftar. Dalam sistem ini, *member* yang mendaftar belakangan dipastikan hanya menjadi "sapi perahan" dari *member* yang telah mendaftar terlebih dahulu. Akibatnya tidak terdapat keadilan dan menjadi tindakan mengeksploitasi orang lain.¹³

2. Sistem *Binary*

Dalam sistem ini, anggota baru hanya diwajibkan dua orang saja yang diletakkan secara berpasangan. Sistem ini hampir sama dengan sistem piramid kendati bentuk

¹³ Penjelasan mengenai sistem piramid. Lihat, Andrew Griffiths dan Wayne Toms, *101 Ways To Build A Successful Network Marketing Business* (Crows Nest: Allen dan Unwin, 2008), 20.

jaringannya tidak seperti piramid. Biasanya sistem *binary* ini tetap melakukan penjualan produk, namun produk yang dijual bukan merupakan tujuan utama perusahaan. Perusahaan dan anggota yang mendaftar semata-mata berupaya mencari keuntungan dari uang pendaftaran anggota baru. Akibatnya, terjadi eksploitasi terhadap anggota yang mendaftar. Penghasilan *downline* dalam sistem ini pasti dibawah *upline*-nya. Hal ini, berbeda dari sistem *Network Marketing* murni, dimana orang yang bekerja yang akan mendapatkan hasil yang lebih banyak baik dia adalah *downline* atau *upline*.

3. Money Game / Skema Pozi

Sistem ini tidak melakukan penjualan barang namun hanya melakukan pengumpulan uang dari anggota (investasi palsu) yang kemudian ditransfer untuk anggota yang terlebih dahulu mendaftar.¹⁴ Dengan demikian, *money game* hanya menguntungkan perusahaan dan pendaftar awal saja. Pendaftar yang belakangan mendaftar selalu menjadi korban.

Secara umum, perbedaan utama sistem *network marketing* murni dan menyimpang adalah sebagai berikut:

1. Network Marketing Murni

Ciri-ciri sistem *network marketing* murni adalah:¹⁵

- Sistem *network marketing* Murni merupakan bagian dari sistem penjualan langsung (*direct selling*).
- Sistem dapat diterima masyarakat di seluruh dunia.
- Terbukti berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para distributornya.
- Memiliki kesempatan yang sama bagi setiap distributor untuk berpenghasilan.
- Hasil usaha ditentukan dari hasil kerja yang nyata dalam organisasi penjualan.
- Biaya pendaftaran tidak terlalu mahal, semuanya sama-sama mengenakan biaya pendaftaran keanggotaan kepada para distributor dengan nilai yang pantas dan

¹⁴ Skandal *money game* yang pernah terkuak akhir-akhir ini adalah seperti yang dilakukan Madoff. Modus penipuan yang dijalankan Bos Bernard L. Madoff Investment Securities LLC ini, mulai ramai dan heboh sejak tampilnya Harry Markopolos di komisi keuangan DPR AS, 4 Februari 2009 di Capitol Hill, Washington. Di hadapan para anggota komisi, Markopolos yang ahli investasi itu mengatakan sudah tahu kebohongan Madoff di balik pengelolaan dana-dana investasi milik 13.500 nasabah, di aktris Hollywood, sutradara peraih hadiah Oscar, Steven Spielberg, hingga Larry King dari CNN. Madoff diduga melakukan bisnis investasi palsu yang mengakibatkan kerugian sekitar 50 miliar dollar AS. Dia membuat bisnis investasi terpisah yang melayani 11-25 nasabah. Total dana yang diinvestasikan sekitar 17,1 miliar dollar AS, ungkap jaksa penuntut umum. Madoff dilepas setelah membayar jaminan 10 juta dollar AS. Dia menolak berkomentar ketika dia keluar dari pengadilan distrik di Manhattan. Madoff akhirnya vonis penjara selama 150 tahun. Lihat, http://api.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=137:skandal-money-game-terdahsyat-abad-ini&catid=1:artikel-diakses tanggal 17 Oktober 2013.

¹⁵ http://www.gocities.org/hubungan_bisnis/hati-hati_mlm.htm diakses tanggal 17 Oktober 2013.

sesuai dengan *starter kit* (perangkat kerja/bisnis) yang diperoleh disertai kartu anggota. Anggota baru pada dasarnya tidak rugi sama sekali dan bisa memilih apakah hanya sekedar menjadi anggota dimana ia mendapatkan diskon dari pembelian produk atau memilih untuk mengembangkan jaringannya bisnis sekaligus. Adanya pilihan ini membuat sistem ini tidak bermaksud untuk melakukan penipuan dari keanggotaan baru.

- g. Memiliki sejumlah produk (barang atau jasa) yang unik dengan harga yang pantas untuk dijual melalui para distributor/dealer sampai ke tangan konsumen. Berdasarkan volume penjualan yang dicapai, para distributor/dealer memperoleh imbalan.¹⁶
- h. Semuanya sama-sama memberlakukan sistem dimana seorang anggota hanya mendapatkan satu keanggotaan dan tidak boleh lebih.
- i. Landasan bisnisnya sama-sama terdiri dari 3 hal, yaitu merekrut, mendidik, dan memotivasi para mitra usaha (distributor atau dealer). Jumlah distributor yang direkrut tidak dibatasi, tetapi disesuaikan dengan kemampuan untuk membinanya.
- j. Keuntungan yang didapat bukan hanya materi, tetapi dari segi karier, posisi, derajat sosial, kesehatan, dan kepribadian positif.
- k. Setiap *upline* berupaya meningkatkan kualitas kepemimpinan para dirinya dan kualitas diri para *downline* mereka.

2. *Network marketing* Tidak Murni

Sistem ini dikenal dengan sistem piramida, *money games* dan binary, yang memiliki ciri-ciri antara lain:¹⁷

1. Hanya menguntungkan orang-orang yang pertama kali bergabung dalam jaringan usaha.
2. Keuntungan diperoleh uang orang yang direkrut.
3. Seorang distributor dapat mendaftar berkali-kali, dengan nama yang sama. (kemudian biasa disebut kavling).

¹⁶Keunikan produk merupakan salah satu keunggulan perusahaan *network marketing*. Tanpa produk yang unik dan berkualitas, maka dipastikan perusahaan *network marketing* akan kalah bersaing. Problem yang terjadi, biasanya ada produk yang berkualitas namun memiliki harga yang mahal atau produk yang murah namun tidak memiliki kualitas yang bagus. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan *network marketing* biasanya berkompetisi mencari produk yang paling murah namun dengan kualitas yang paling bagus.

¹⁷Di Indonesia, beberapa kasus perusahaan yang mengatasnamakan *networking* dan trukti menipu seperti BMA di Sumatera Utara, Q-SAR, Promail dan IBIST. Contoh Q-SAR menjanjikan bunga 10 % per bulan, sedangkan bunga bank rata-rata 10 % per tahun. Mereka menjanjikan pembagian profit fixed 10 % tiap bulan atau 120 % per tahun. HYIP malah menjanjikan bunga 5 – 150 % per harinya. Bahkan ada yang berani memberikan bunga 200 % per harinya. Menariknya kendati tawaran ini tidak masuk akal, namun peminat yang mendaftar sangat banyak. Contoh *money games* dapat dikunjungi situs: www.Goldpoll.com, www.HYIPmonitor.com, WorldHYIP.com, dan lain-lain. http://www.oocities.org/hubungan_bisnis/hati-hati_mlm.htm diakses tanggal 17 Oktober 2013.

4. Biaya pendaftarannya mahal, dan biasanya dibarengi dengan pembelian produk yang memiliki harga sangat tinggi (*massive mark up*) dan tidak pantas.
5. Keuntungan anggota dihitung dengan format dan bonus yang telah ditentukan besarnya.
6. Tidak ada program pembinaan dan pelatihan, karena yang diperlukan hanyalah "perekrutan" sebanyak-banyaknya.

Sistem Network Marketing dalam Perspektif Hukum Islam

Setidaknya ada 2 (dua) kalangan yang memandang status hukum *network marketing* dikaitkan dengan hukum Islam.

a. Kelompok yang menolak

Kelompok ini menyatakan bahwa sistem *network marketing* adalah haram dengan argumentasi sebagai berikut:

- Sistem *network marketing* tidak pernah dimuat dalam kitab-kitab fikih muamalah.
- Sistem *network marketing* akan juga menimbulkan *gharar* (ketidak pastian), dan terjadinya pencampuran akad (*bai'atani fi bi'atin*).¹⁸ Hal ini dikarenakan dalam sistem *network marketing* seorang distributor selain berperan sebagai penjual, mereka juga berperan sebagai agen yang menjalankan fungsi percaloan (*samsarah*). Akad ini juga mirip dengan *wakalah* (perwakilan) seorang penjual mewakilkan kepada orang lain untuk mencari calon pembeli atau sebaliknya. Menurut kelompok ini, akad seperti tidak diperbolehkan karena mencampur adukkan beberapa akad sekaligus.

b. Kelompok Mendukung/ Menerima

Kelompok ini berpendapat bahwa sistem *network marketing* dibenarkan Islam dengan argumen sebagai berikut:

- Kajian dan praktik muamalah yang berkembang sesuai dengan tuntutan jaman.¹⁹ Akan tetapi, untuk memastikan bahwa sistem ini benar-benar diperbolehkan oleh syariah maka harus dipastikan bahwa unsur-unsur yang dilarang syariah harus

¹⁸ Hadis yang sering menjadi rujukan adalah:

عن أبي هريرة رضي الله عنه : قال قال نبي رسول الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة , (حديث أبي هريرة حديث حسن صحيح)

Artinya: Dari Abu Hurairah r.a, berkata: Rasulullah saw melarang dua jual beli dalam satu jual beli. (Hadis Abu Hurairah – Hadis Hasan Shahih)

¹⁹ Kaidah yang berlaku terkait dengan muamalah adalah: *al-asl fi al-mu'amalah al-ibahah 'illa dalla al-dalil 'ala tahrimihi* (Hukum asal dalam muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya).

dihilangkan dan ini telah dipraktikkan oleh perusahaan-perusahaan *network marketing* syariah. Menurut kelompok ini metode bisnis dan jual beli dalam masyarakat selalu mengalami perubahan seperti perubahan dalam hal metode tukar menukar dari barter kemudian menggunakan alat tukar. Alat tukar juga mengalami evolusi dari emas dan perak menjadi cek, kartu kredit, kartu debit. Demikian pula, para ulama semula berpendapat bahwa suatu akad harus berada dalam satu majelis atau *face to face*. Di masa kini sistem jual beli telah mengalami banyak perubahan dari *face to face* menjadi *cash on delivery*, *online shopping*, *future trading*, dsb. Demikian pula sistem *network marketing* atau sistem pemasaran berjenjang juga mengalami perubahan dan inovasi. Setiap perusahaan memiliki *marketing plan* (pemberian bonus) berbeda. Perusahaan *network marketing* yang ada saat ini, seiring inovasi dan perkembangan teknologi, maka hukum *network marketing* tidaklah sama antara satu sistem dengan yang lain, antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.

- c. Mengenai argumen adanya "dua jual beli dalam satu jual beli" (*bai'ataini fi bai'atin*) maka menurut kelompok ini argumen ini perlu diluruskan karena yang dimaksud dalam hadis ini adalah dua jual beli dalam satu jual beli dan bukan dua akad dalam satu akad. Akad bisnis dalam Islam berneka ragam seperti *qard* (hutang), *rahn* (gadai), *ijarah* (sewa/upah), *ju'alah* (sayembara), *wakalah* (mewakikan), *mudarabah* (bagi hasil) dan lain sebagainya. Adapun yang dimaksud dengan *bai'ataini fi bai'atin* adalah seperti yang dinyatakan oleh Imam Ahmad Syakir yaitu ketika seorang penjual berkata "Aku jual pakaian ini kepadamu dengan harga 10 secara tunai, dan dengan harga 20 secara tempo. Jika penjual dan pembeli memutuskan mana yang dipilih sebelum mereka berpisah, maka hal tersebut diperbolehkan."²⁰ Akan tetapi jika tidak ada kepastian mana yang akan dibeli maka itulah yang dimaksud dengan *bai'ataini fi bai'atin*. Dalam bisnis *network marketing* syariah seorang member berstatus sebagai pembeli kepada perusahaan dimana harga produk sudah disepakati sebelum serah terima dengan perusahaan dan tidak ada perubahan. Anggota yang mendaftar tersebut kemudian mendapat kesempatan mendapatkan bonus bukan sebagai perubahan harga atas harga yang telah disepakati. Bonus bisa berupa *ujrah* (upah) atau akad *wakalah* (wakil), *samsarah* (agen), atau *ju'alah* (sayembara). Peran ganda anggota dalam bisnis *network marketing* tidak ubahnya seperti adanya beberapa akad dalam produk bisnis syariah kontemporer seperti gadai emas, KPR dan tabungan dalam bank syariah.
- d. Sistem *network marketing* adalah salah satu cara pemasaran. Sesuai hukum dasarnya, berjualan merupakan sesuatu yg mubah atau halal. Setelah dilakukan inovasi-inovasi maka tidak semua jual beli itu halal, dan tidak semua *network marketing* itu haram.

²⁰ Lihat, Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausaha Muslim Praktisi MLM Syariah* (Jakarta: Gema Insani, 2013), 67.

Telaah Terhadap Fatwa DSN-MUI No 75 Tahun 2009 Mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Dewan Syariah Nasional sebagai sebuah institusi di dalam Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan fatwa yang cukup jelas mengenai keberadaan sistem *networking* dengan prinsip syariah. Fatwa ini terbit cukup lama dikeluarkan jika dibandingkan dengan keberadaan perusahaan *networking* yang telah beroperasi sejak tahun 1986-an.²¹ Kendati demikian, fatwa ini cukup mampu menjawab pertanyaan banyak pihak mengenai status dan keberadaan sistem ini dalam perspektif hukum Islam. Fatwa ini jelas sekali menunjukkan dukungan terhadap kebolehan sistem *network marketing* untuk dilakukan oleh masyarakat.²² Penulis melihat bahwa perusahaan *networking* syariah merupakan evolusi terbaru sistem *network marketing* dimana telah terjadi penyempurnaan dari sistem-sistem *network* yang telah ada selama ini.

Fatwa DSN No 75 tahun 2009 ini menggunakan istilah Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dalam penyebutan sistem *network marketing*. Dalam bagian pertama fatwa ini, disebutkan bahwa fatwa ini dikeluarkan disebabkan berbagai pertimbangan, yaitu

- a. bahwa metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jejaring pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk di dalamnya *Multi Level Marketing* (MLM) telah dipraktikkan oleh masyarakat;
- b. bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir (a) telah berkembang sedemikian rupa dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah;

²¹ Lihat, http://www.k-link.co.id/show_news.php?uid=7 diakses tanggal 17 Oktober 2013. Perusahaan *network marketing* yang mendapatkan sertifikat Sertifikasi Syariah dari DSN MUI harus memenuhi semua perizinan yang berlaku di Republik Indonesia, antara lain memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung). Berikut ini saya sertakan Peraturan Menteri Perdagangan RI No 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan SIUPL, pada pasal 13 yaitu:

- a. Poin E : Perusahaan yang telah memiliki SIUPL dilarang melakukan kegiatan: Poin E: kegiatan dengan menarik dan/atau mendapatkan keuntungan melalui iuran keanggotaan/pendaftaran sebagai Mitra Usaha secara tidak wajar;
- b. Point F : kegiatan dengan menerima pendaftaran keanggotaan sebagai Mitra Usaha dengan nama yang sama lebih dari 1 (satu) kali;
- c. Point H : kegiatan usaha perdagangan yang terkait dengan penghimpunan dana masyarakat.

²² Setidaknya ada 12 (dua belas) syarat bagi perusahaan *network marketing* yang ingin mendapatkan sertifikat syariah yaitu: 1. Niat adalah kasbi halal (mencari yang halal), Irtifah Ummah (Mengangkat derajat umat), dan Muamalah Islami (Melakukan perniagaan secara Islam). 2. Prinsip harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, 3. Orientasi harus mencari kebahagiaan di dunia dan di akhirat, 4. Komoditas (halalal tayyiban) 5. Pembinaan; tarbiyah, ukhuwahhah, dakwah bil hal 6. Strategi Pemasaran jaringan; metode silaturahmi dan ukhuwwah 8. Keanggotaan; muslim atau non muslim (yang mau mengikuti peraturan yang telah ditetapkan) 9. Sistem pendapatan; lebih adil dan mensejahterakan amanah 12. Adanya Dewan Pengawas Syariah. Lihat, <http://www.k-linkint.com/2012/12/mlmsyariah.html> diakses tanggal 17 Oktober 2013.

- c. bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir (a) dapat berpotensi merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan;
- d. bahwa agar mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS), DSN-MUI perlu menetapkan fatwa tentang Pedoman PLBS.

Dalam bagian pertimbangan fatwa tersebut dapat dilihat bahwa MUI mencoba mengakomodir keberadaan perusahaan yang menjalankan sistem *network marketing* yang telah ada di Indonesia. Fatwa ini setidaknya dikeluarkan untuk menyelamatkan masyarakat yang selama ini menjadi korban dari perusahaan yang menjalankan bisnis jaringan yang menyimpang (sebagaimana telah dijelaskan di atas). Selain itu, keberadaan fatwa ini adalah untuk mempertegas keberadaan perusahaan *network marketing* yang telah menjalankan bisnisnya dengan sistem syariah.

Sebelum fatwa ini dikeluarkan, ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan bisnis *network marketing* dengan prinsip syariah. Adapun perusahaan *network marketing* yang pertama kali mendapatkan sertifikat syariah setelah fatwa ini dikeluarkan adalah PT K-Link Indonesia yang bergerak dalam bidang produk kesehatan, pencegahan, dan pengobatan penyakit. Perusahaan ini mendapatkan sertifikat pada tahun 2010. Sebelum K-Link sebenarnya telah terdapat beberapa perusahaan sejenis yang menyatakan sebagai *network marketing* syariah seperti Ahad Net (berbagai produk sehari-hari), UFO BKB Syariah (bisnis jasa dan tur), Exer (pengobatan dan kesehatan), dan Mitra Permata Mandiri (produk kesehatan).²³ Dalam perkembangannya, menurut majalah *Global Network* (2012) K-Link sebagai perusahaan *network marketing* syariah telah berhasil menempatkan diri di ranking 1 (satu) dari 10 (sepuluh) besar perusahaan *network marketing* yang beroperasi di Indonesia. K-Link juga telah membangun kantornya sendiri di sebuah etinggi 25 lantai di Jakarta dan menjadi gedung *network marketing* terbesar se-Asia tahun 2012.²⁴

Secara umum praktik *network marketing* yang diakui oleh fatwa wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;²⁵

²³ Lihat, <http://www.republika.co.id/berita/republika-tv/ummat/10/06/23/121084-ini-dia-multi-level-marketing-mlm-berbasis-syariah> diakses tanggal 17 Oktober 2013.

²⁴ PT K-Link juga telah memindahkan produksinya di Indonesia di wilayah Sentul. Hal ini tentu memberikan nilai tambah bagi perekonomian Indonesia terutama dalam upaya menciptakan tenaga kerja.

²⁵ Untuk produk yang masuk dalam kategori makanan dan minuman harus mendapatkan sertifikat dan label halal. Ada sedikit perbedaan antara sertifikat halal dan labelisasi halal. Sertifikat halal diberikan oleh MUI kepada perusahaan namun tidak dimasukkan dalam kemasan produk sedangkan labelisasi halal dicantumkan dalam kemasan produk. Sementara produk yang tidak termasuk makanan

3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiat;
4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*;
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain;
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Dalam poin-poin di atas dapat dilihat bahwa fatwa DSN telah menjabarkan secara rinci mengenai hal-hal yang tidak diperbolehkan dalam transaksi sistem *networking syariah*.²⁶ Fatwa di atas ternyata telah mengintegrasikan prinsip *network marketing* murni dengan prinsip syariah sehingga fatwa ini merupakan sebuah langkah yang lebih maju dan mendorong lahirnya perusahaan-perusahaan dengan sistem *network marketing syariah*. Artinya, perusahaan *network marketing syariah* dipastikan telah mencakup 2 (dua) hal yakni prinsip *network marketing* murni dan prinsip syariah.

dan minuman cukup dikonsultasikan kepada Dewan Pengawas Syariah (DPS) perusahaan tersebut. Lihat, Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausaha Muslim Praktisi MLM Syariah* (Jakarta: Gema Insani, 2013), 52.

²⁶ DSN MUI juga mengeluarkan Fatwa No 83 Tahun 2012 tentang PLBS Tentang Jasa Perjalanan Haji. Fatwa ini semakin menegaskan keberadaan *network marketing syariah* dimana banyak ketentuan yang harus dipatuhi oleh perusahaan *network marketing syariah*.

Satu hal yang membedakan perusahaan *network marketing* syariah dengan perusahaan *network* konvensional adalah keberadaan Dewan Pengawas syariah (DPS) yang bertugas mengawasi aktifitas dan produk perusahaan tersebut apakah sesuai dengan prinsip syariah atau tidak. Pengawasan ini sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan itu terus komit menerapkan prinsip syariah di dalamnya.

Akad-akad yang Digunakan

Sebagai perusahaan yang menjalankan prinsip syariah, maka sistem *network marketing* syariah atau PLBS menggunakan berbagai akad muamalah yang menjadi acuan kesyariahnya. Akad-akad tersebut adalah:

1. Akad Bai'/Murabahah²⁷ merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah;
2. Akad Wakalah bil Ujrah²⁸ merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujrah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah;
3. Akad Ju'alah²⁹ merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah;
4. Akad Ijarah³⁰ merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.
5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

Dengan keberadaan fatwa DSN No 75 di atas, maka pada dasarnya kontroversi terkait status hukum sistem *network marketing* syariah sudah dapat diselesaikan. Baik para distributor maupun perusahaan *network marketing* syariah yang sudah berkecimpung di bisnis ini dapat menjalankannya tanpa ada kekhawatiran bahwa perusahaannya menjalankan sistem yang ilegal dan haram. Demikian pula bagi perusahaan *network marketing* yang ingin meningkatkan statusnya menjadi perusahaan *network marketing* syariah harus segera mendaftarkan diri ke Dewan Syariah Nasional untuk dilakukan proses pemeriksaan sehingga layak diberikan sertifikat syariah. Keberadaan fatwa ini juga memberikan kemudahan

²⁷ Murabahah adalah akad jual beli dimana penjual menyebutkan harga jual dan keuntungan yang ingin diperolehnya.

²⁸ Wakalah bil ujrah adalah pemberian kuasa dari seseorang kepada orang lain dengan imbalan pemberian ujrah (fee).

²⁹ Akad ju'alah adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/ijwadh/ju't*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan.

³⁰ Akad ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

kepada masyarakat untuk dapat memilih perusahaan *network marketing* yang benar-benar legal dan sesuai dengan prinsip syariah. Masyarakat juga diharapkan tidak mudah tergiur dengan iming-iming irasional terkait kesejahteraan keuangan tanpa adanya kerja keras dan keuletan sebagaimana yang dikehendaki oleh *network marketing* syariah.

Prospek Networking Marketing Syariah Bagi Dunia Akademis

Network marketing syariah merupakan kajian baru yang menarik untuk terus dikembangkan baik dari sisi teori maupun praktis. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi ikon baru perkembangan bisnis dengan model *network marketing* syariah. Untuk mencapai hal ini, maka diperlukan sinergi yang kuat antara berbagai unsur pegiat ekonomi syariah. Suatu sisi, perkembangan *network marketing* syariah di Indonesia telah mendapat dukungan yang kuat baik dari pemerintah, Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) maupun dukungan dari Majelis Ulama Indonesia, namun dari sisi lain dukungan akademis juga mutlak diperlukan.³¹

Penulis berpendapat bahwa kajian *network marketing* syariah sudah sepantasnya dimasukkan ke dalam materi ajar perguruan tinggi namun harus diajarkan secara benar terutama oleh para profesional yang menggelutinya. Dukungan yang proporsional juga harus diberikan untuk melengkapi kajian ekonomi syariah yang telah ada (perbankan, asuransi, pasar modal, lembaga mikro, dan sebagainya). Sebagai bidang yang juga terus berkembang maka tentu juga harus ada upaya evaluasi dan instropeksi bagi para pegiat *network marketing* syariah untuk terus membenahi diri dan memastikan bahwa kegiatan mereka benar-benar telah menerapkan prinsip syariah (*syariah compliance*).

C. Kesimpulan

1. Sistem Pemasaran Network Marketing atau Penjualan Langsung Berjenjang merupakan sistem pemasaran yang diakui di seluruh dunia. Di Indonesia, sistem pemasaran ini berada di bawah naungan Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI). Sampai dengan tahun 2013, tercatat telah ada 87 perusahaan yang terdaftar di di APLI.
2. Terdapat perusahaan-perusahaan yang mengatasnamakan sistem *network marketing*

³¹ Kajian *network marketing* pada dasarnya telah masuk ke dalam materi perkuliahan di universitas Amerika seperti Universitas Illinois dan Sekolah bisnis di Utah Valley State College. The London School of Business cabang Amerika juga telah merancang sertifikasi bagi para eksekutif perusahaan *network marketing* dan para distributornya. Lihat, http://www.sheffieldnet.com/srn_article6.html. Pada tahun 2011, Bethany College juga memasukkan secara resmi mata kuliah *network marketing* ke dalam kurikulum mata uliah mereka. Lihat, <http://enlightenednetworker.com/internet-network-marketing-business/degree-network-marketing-time/>. Penulis berpendapat bahwa kajian *network marketing* pada dasarnya sudah bisa dimasukkan ke dalam materi ajar perguruan tinggi namun setidaknya diajarkan oleh para pengajar yang benar-benar memahaminya ataupun para profesional yang menggelutinya.

- namun pada dasarnya perusahaan-perusahaan tersebut menjalankan sistem piramid, binary dan money games. Perusahaan tersebut mengklaim menjalankan sebagai sistem *network marketing* (MLM) padahal sudah melakukan penyimpangan dari konsep awal *network marketing*. Di Indonesia, setidaknya terdapat 500 perusahaan yang menjalankan skema sistem menyimpang ini.
3. Network marketing dengan prinsip syariah telah diakomodir oleh fatwa DSN di dalam fatwa No 75 Tahun 2009. Fatwa ini dengan tegas memberikan ketentuan-ketentuan yang ketat terhadap perusahaan yang menerapkan sistem *network marketing* syariah. Fatwa ini memberikan kejelasan bahwa sistem *network marketing* bukan dimaksudkan untuk melakukan penipuan kepada masyarakat dan bukan pula sistem yang membuat orang cepat kaya tanpa kerja keras dan keuletan.
 4. Tulisan ini merekomendasikan perlunya Undang-Undang Anti Money Game atau Piramid (Binary). Undang-undang perlu mengingat Indonesia merupakan ladang yang subur bagi munculnya perusahaan-perusahaan yang menyimpang dari konsep *network marketing* murni.
 5. Kalangan akademis perlu mengkaji bahkan memasukkan kajian *network marketing* ke dalam kurikulum mata kuliah terutama berkaitan dengan sistem pemasaran.

PUSTAKA ACUAN

- Albert R Sembiring, *Siapa Bilang Bisnis MLM Merugikan?* (Jakarta: KISS Publishing, 2007)
- Andrew Griffiths dan Wayne Toms, *101 Ways To Build A Succesfull Network Marketing Business* (Crows Nest: Allen dan Unwin, 2008)
- Andrias Harefa, *Multi-Level Marketing: Alternatif Karir dan Usaha Menyongsong Milinium Ketiga* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999)
- Fatwa DSN No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
- Fatwa DSN No 83 Tahun 2012 Tentang PLBS Perjalanan Umrah
- Joe Rubino, *The 7 Step Success System to Building A \$1000000 Network Marketing Dynasty* (New Jersey: John Wiley and Sons Inc, 2005)
- Peraturan Menteri Perdagangan RI No 13/M-DAG/PER/3/2006
- Peter J. Clothier, *Meraup Uang dengan MLM: Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang Sukses*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), Cet, IV
- Randy Gage, *How to Build A Multi Level Money Machine* (S. Eisenhower: Prime Concept Groups, t.t)
- Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausaha Muslim Praktisi MLM Syariah* (Jakarta: Gema Insani, 2013)

Website:

http://apli.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=54:apa-beda-direct-selling-dengan-mlm&catid=3:berita diakses tanggal 17 Oktober 2013.

http://www.k-link.co.id/show_news.php?uid=7

http://www.oocities.org/hubungan_bisnis/hati-hati_mlm.htm diakses tanggal 17 Oktober 2013.

<http://www.republika.co.id/berita/republika-tv/ummat/10/06/23/121084-ini-dia-multi-level-marketing-mlm-berbasis-syariah> diakses tanggal 17 Oktober 2013.

www.apli.or.id

STUDIA ECONOMICA

Diterbitkan oleh

Program Studi Ekonomi Islam - Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara
Jalan William Iskandar pasar V Medan Estate Sumatera Utara
Telp. (061) 6622925, Fax. (061) 6615683